

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pengguna fitur COD pada Shopee di Fakultas Ekonomi Unisda Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah Purposive Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, survei tatap muka, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan(X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pengguna fitur COD Shopee. Variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee dengan nilai p-value 0,038 yang  $< 0,05$ . Variabel kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee dengan nilai p-value  $0,000 < 0,05$ . Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan Shopee untuk meningkatkan kualitas layanan fitur COD tepat waktu dan dalam kondisi baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian.**

## Abstrak

This research aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on purchasing decisions for users of the COD feature on Shopee at the Faculty of Economics Unisda Lamongan. This research uses a quantitative approach with a purposive sampling technique include questionnaires, face to face surveys and interviews. The results of this research show that the p-value is  $0.000 < 0.05$ . The variables Service Quality (X1) and Customer Satisfaction (X2) simultaneously influence the Purchasing Decisions of Shopee COD feature users. The Service Quality variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee with a p-value of 0.038 which is  $< 0.05$ . The consumer trust variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee with a p-value of  $0.000 < 0.05$ . Researchers recommend that the Shopee company improve the service quality of the COD feature on time and in good condition to increase customer satisfaction with purchasing decisions.

**Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Purchasing Decisions.**